

**PLAN INTEGRAL
DE APOYO AL
COMERCIO DE PROXIMIDAD**



AYUNTAMIENTO DE VALLADOLID



**Ayuntamiento de
Valladolid**

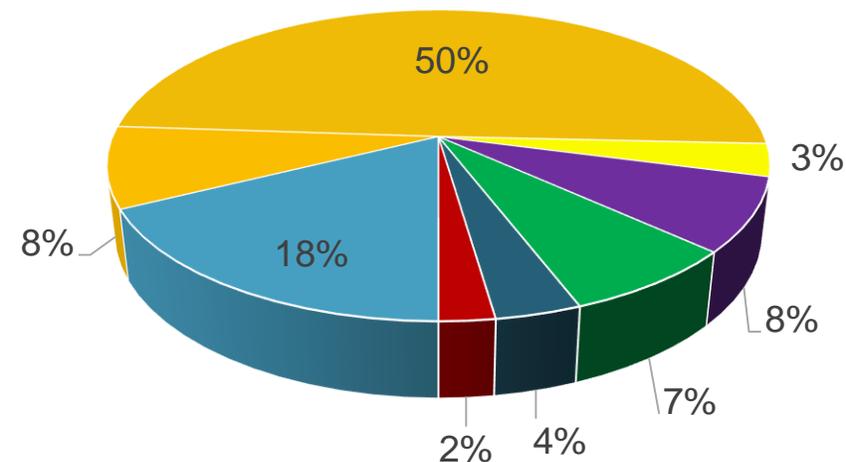
Concejalía de Innovación, Desarrollo
Económico, Empleo y Comercio

BALANCE PLAN DE COMERCIO 2020-2022

Gastos por TIPO DE ACTUACIÓN



ACCIONES	
BONOS COMERCIO PRÓXIMO	1.085.002 €
NAVIDAD	517.592 €
APOYO COVID AL COMERCIO	3.050.588 €
CAMPAÑAS Y ACCIONES DE DINAMIZACIÓN	207.004 €
INVERSIONES	470.318 €
APOYO AL EMPRENDIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN	454.898 €
OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA ARTESANÍA	217.601 €
OTRAS ACCIONES TÉCNICAS DE DIAGNÓSTICO, DIGITALIZACIÓN...	141.008 €
TOTAL	6.144.011 €



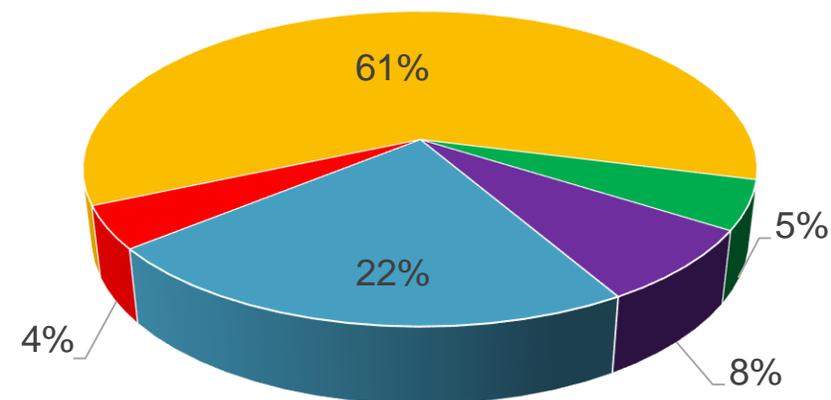
- BONOS COMERCIO PRÓXIMO
- NAVIDAD
- APOYO COVID AL COMERCIO
- CAMPAÑAS Y ACCIONES DE DINAMIZACIÓN
- INVERSIONES
- APOYO AL EMPRENDIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN
- APOYO A LA ARTESANÍA
- OTRAS ACCIONES TÉCNICAS DE DIAGNÓSTICO, DIGITALIZACIÓN...

Actuaciones de comercio 2020-2022



ACTUACIONES

CONVENIO MESA DEL COMERCIO CON AVADECOS, FECOSVA Y CÁMARA DE VALLADOLID	1.384.137 €
CONVENIOS ARTESANIA CON FOACAL Y ACEVA	269.000 €
OTRAS ACTUACIONES COMERCIO	3.750.111 €
OTRAS ACTUACIONES MERCADOS	309.945 €
INVERSIONES	470.318 €



- CONVENIO MESA DEL COMERCIO (AVADECOS, FECOSVA Y CÁMARA)
- CONVENIOS ARTESANIA (FOACAL Y ACEVA)
- OTRAS ACTUACIONES COMERCIO
- OTRAS ACTUACIONES MERCADOS
- INVERSIONES

DATOS DESTACABLES



Creación del Servicio de Comercio y Mercados



Consolidación de la Mesa del Comercio como mecanismo de colaboración e interlocución con el sector comercial



Creación de la web valladolidcomercioproximo.com y del mapa y repositorio de comercios sostenibles



Adaptación y adopción de acciones por el impacto Covid



Apoyo al emprendimiento y consolidación empresarial en el sector



Campañas de dinamización y comunicación

PLAN INTEGRAL DE APOYO AL COMERCIO DE PROXIMIDAD

2023-2025

Valladolid, 30 de marzo de 2023



2

ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

- 1 Bajo nivel de digitalización del comercio próximo.
- 2 Bajo grado de comunicación del sector hacia los consumidores.
- 3 Falta de relevo generacional.
- 4 Imagen del sector anticuada.
- 5 Bajo grado de asociacionismo en el sector.
- 6 Mejorable profesionalización en la gestión del negocio
- 7 Precios poco competitivos y poca disponibilidad y variedad de productos
- 8 Políticas de fidelización débiles.

FORTALEZAS

- 1 Percepción positiva por el consumidor de la calidad del producto y de la especialización de los comercios.
- 2 Importante número de comercios al por menor.
- 3 Atención personalizada muy valorada por parte del consumidor.
- 4 Movilización conjunta del comercio próximo de la ciudad facilitando su dinamización.
- 5 Compromiso del comercio de proximidad de Valladolid con la responsabilidad social y sostenibilidad.

AMENAZAS

- 1 Pérdida de población y envejecimiento de esta.
- 2 Escenarios inmobiliarios difíciles con rentas elevadas, locales vacíos y dificultades de encontrar emplazamientos con la suficiente afluencia comercial.
- 3 Crecimiento acelerado del comercio electrónico
- 4 Aumento de la población que prefiere hacer la compra en grandes cadenas de distribución.
- 5 Resistencia en el cambio hacia una movilidad más sostenible.

OPORTUNIDADES

- 1 Acondicionamiento del espacio urbano en las zonas comerciales generando entornos agradables para compras y ocio.
- 2 Potencial para complementar comercio con actividades turísticas, gastronomía y ocio.
- 3 Rentas altas por encima de la media española.
- 4 Comercio electrónico como nuevo canal de ventas.
- 5 Financiación adicional con fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

3

PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

La Misión de este Plan es ser la hoja de ruta para impulsar el comercio de Valladolid hacia el nuevo modelo de negocio que la sociedad demanda para satisfacer sus necesidades de compra.

VISIÓN

El comercio de proximidad como **opción preferente de compra** por parte de ciudadanos, visitantes y turistas, posicionándose como un **sector sostenible**, que genera empleo, respeta el medio ambiente y contribuye al desarrollo social y económico de la ciudad.

VALORES

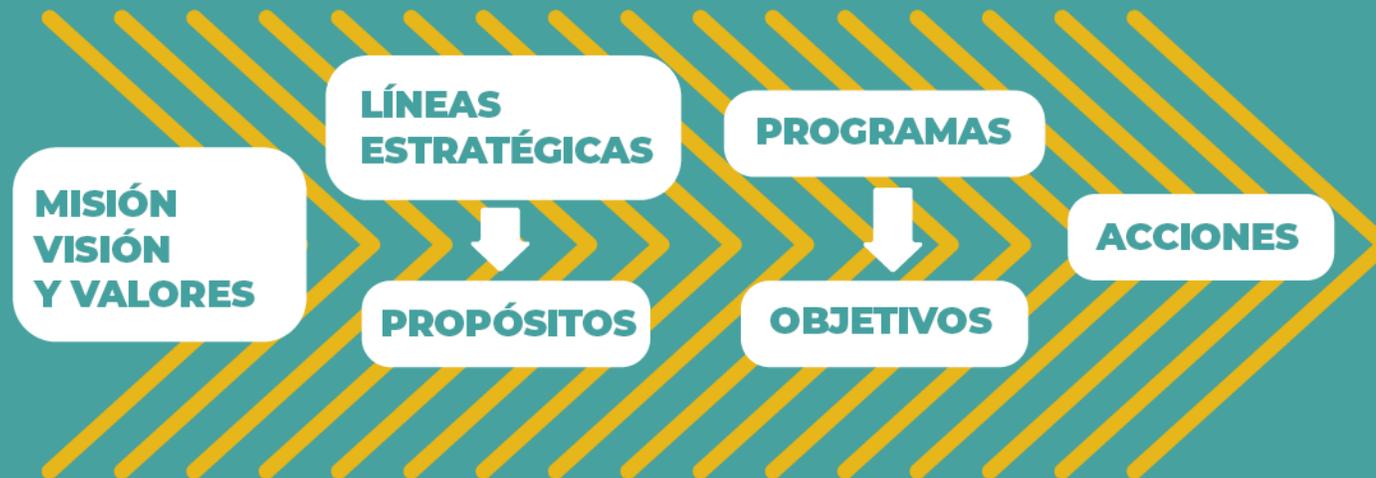
Los valores en los que se centra el Plan son: la sostenibilidad en sus tres dimensiones económica, social y ambiental; la colaboración como clave de éxito para poder desarrollar una propuesta de valor sectorial; la profesionalidad y la calidad en el servicio y en los productos como elementos diferenciadores de otras de fórmulas de comercio, y la innovación como valor transversal que favorece la generación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio del sector.

3.1. Líneas Estratégicas y Gobernanza



4

PLAN DE ACCIÓN



4.1. DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN

LÍNEA 1: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL

PROPÓSITO

Guiar a los comercios de proximidad de Valladolid hacia el crecimiento empresarial, introduciendo la digitalización en el mayor número de comercios para una mejora de la gestión interna.

PROGRAMA 1.1: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DEL COMERCIO.

PROGRAMA 1.2: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LA COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR.

PROGRAMA 1.3: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL SECTOR



4.1. DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN

LÍNEA 2: COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

PROPÓSITO

Potenciar las fortalezas y ventajas competitivas de los negocios adquiriendo nuevas capacidades para satisfacer las necesidades de los clientes, así como impulsar el asociacionismo para fortalecer al sector como agente clave del desarrollo y la dinamización económica y social.

PROGRAMA 2.1: FORMACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE NUEVAS COMPETENCIAS SECTORIALES.

PROGRAMA 2.2: IMPULSO DEL ASOCIACIONISMO

PROGRAMA 2.3: SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

PROGRAMA 2.4: CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL

4.1. DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN

LÍNEA 3: DINAMIZACIÓN E IMPULSO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

PROPÓSITO

Captar la atención de los consumidores para dirigir su decisión de compra hacia los comercios de proximidad de la ciudad y dinamizar esta actividad complementándola con otros recursos como la gastronomía, la cultura y el ocio.

PROGRAMA 3.1: COMUNICACIÓN DIRIGIDA A INCENTIVAR LA DECISIÓN DE COMPRA

PROGRAMA 3.2: IMPULSO DE NUEVA ACTIVIDAD COMERCIAL

PROGRAMA 3.3: REVITALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

PROGRAMA 3.4: COMPLEMENTARIEDAD DE LA OFERTA COMERCIAL CON LA OFERTA TURÍSTICA Y DE OCIO.



4.1. DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN

LÍNEA 4: ESPACIO COMERCIAL

PROPÓSITO

Desarrollar un espacio comercial adecuado para facilitar la compra, alineado con la estrategia de ciudad sostenible e inteligente.

PROGRAMA 4.1: ACONDICIONAMIENTO DEL ESPACIO URBANO

PROGRAMA 4.2: MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD A LAS ZONAS COMERCIALES Y A LOS COMERCIOS.

PROGRAMA 4.3: INNOVACIÓN EN EL ESPACIO COMERCIAL



5

GOBERNANZA DEL PLAN

**SERVICIO DE COMERCIO Y
MERCADOS DEL AYUNTAMIENTO**

COORDINACIÓN
DEL PLAN

AGENTES:
EQUIPO DEL SCM

**MESA
DE COMERCIO**

SEGUIMIENTO
DEL PLAN

AGENTES:
AYUNTAMIENTO, AVADECO,
FECOSVA Y CAMARA DE
COMERCIO

**COMITÉ
ASESOR**

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN
ASESORIAMIENTO TÉCNICO

ASOCIACIONES DE
CONSUMIDORES;
UNIVERSIDAD

PLAN INTEGRAL DE APOYO AL COMERCIO DE PROXIMIDAD

2023-2025

